VI. Jahrgang

No. 36

8. September 1906

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbands schweiz. Konsumvereine

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.

Gebäude des
Konsumvereins in Bischofszell.

Redaktion
u. Administration:
Basel
Thiersteinerallee 14

Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—12 Seiten Text.
Abonnementspreis Fr. 4.— per Jahr, Fr. 2.50 per 6 Monate
ins Ausland unter Kreuzband Fr. 6.50 per Jahr.

Verlag:
Verband schweizer.
Konsumvereine

ch. H.B.M. Basel.

A. Wagen, Basel 1903.

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt.

Angebot.

Junger, im Konsumvereinswesen erfahrener Mann, sucht gestützt auf prima Zeugnisse und Referenzen baldmöglichst passende Stelle. Gefl. Offerten erbeten an die Expedition des Blattes.

Zwei junge Töchter, schon in einem Konsumverein tätig gewesen, suchen auf 1. Oktober Verkäuferinnenstelle. Gefl. Offerten erbeten an die Expedition des Blattes.

An die Tit. Verwaltungen der Konsumvereine

richten wir die höfliche Bitte, bei Bedarf von Arbeitskräften die Angebote auf dem „Genossenschaftlichen Arbeitsmarkt" bestens zu berücksichtigen.

Das Verbandssekretariat.

ANGLO SWISS BISCUIT Co WINTERTHUR

Erste Biscuitfabrik der Schweiz.

Anerkannt feinste Sorten

Biscuits

und

Waffeln

aller Art.

Muster und Preislisten zu Diensten.

VERLANGEN SIE die **besten Sorten** von

BISCUITS PERNOT

in "PAC" geliefert.

Hermetische Verschliessung garantirt vollständiges **Erhalten** der Biscuit.

Die

Cellulose- und Papierfabrik Balsthal

Verkaufsbureau: **Bareiß, Wieland & Co., Zürich**

empfiehlt ihre **Spezialitäten** in

Balsthaler Pergamentpapier
Pack- und Einwickelpapier für Lebens- und Genußmittel aller Art
Balsthaler Geschäfts- und Aktenconverts
Closetpapiere, in Rollen und Paketen.

Man verlange Muster und Preislisten und sehe auf die Marke „Tannenbaum".

Bezugsquelle

für Mercerie- & Bonneterie-Waren.

P. Levy-Brunschwig, Basel.

I. Kurzwaren: Bänder, Litzen, Schuhriemen, Knöpfe Zwirne, Gummisauger, Lampendochten etc.
II. Corsetten, Cravatten, Hosenträger, Sacktücher, Herrenkragen aus Papier, Stoff, Gummi; Socken und Strümpfe u. s. w.
III. Unterkleider aus Wolle und Baumwolle; Unterleibchen, Unterhosen, Hemden, Lismer, Handschuhe u. dgl.
IV. Strickgarne: Vorzügliche Qualitäten in Strickwolle und Baumwolle Häckelgarne.
V. Spezialitäten in Pantoffeln, Filzschuhen, Endefinken u. s. w.

NB. Komplette Einrichtungen werden umgehend effektuiert.

BADENER **Schnebli** Bonbons

Biscuits & Waffeln

Reichhaltige Auswahl in feinsten, haltbaren

Bonbons, Biscuits und

Neu! **Waffeln** Neu!

Suprême, Frucht, Milch, Mignon, Eis, Sugar-Vanilla, Mandeln, Eicheln, Dessert-Waffeln „TELL", hochfein.

5 Cts.-Waffeln etc.

Beste, modernste Einrichtungen. Muster zu Diensten.

A. Schnebli & Söhne BADEN

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbands schweiz. Konsumvereine.

Redaktion: Dr. Hans Müller.

VI. Jahrgang. Basel, den 8. September 1906. Nr. 36.

Der Kampf gegen die Konsumvereine in Württemberg.

Von F. Feuerstein, Stuttgart.

Im Kampf ums Dasein, der die eigentliche Grundlage menschlicher Tätigkeit bildet, vollziehen sich die Dinge mit einer gewissen schablonenhaften Regelmäßigkeit. Betrachtet man die politischen Kämpfe aller Art, sowie die reinen Wirtschaftskämpfe, so sieht man, daß der Austragboden beinahe immer ein geschlossener Personenkreis von freier Ausdehnungsmöglichkeit ist: die Organisationen der Kämpfer. Was wollen heute politische Meinungen des Einzelnen — und wären sie noch so richtig und gut — für ihre Gültigkeit und Anerkennung in der Oeffentlichkeit besagen, wenn sie sich nicht auf eine Organisation stützen können, in der die prinzipielle Auffassung vieler Einzelmeinungen gleicher Richtung einen Rahmen fände zum Zusammenhalt und wirksamen Gebrauch der Kräfte? Was ist der einzelne Arbeitgeber gegenüber der Kraft gewerkschaftlicher Organisationen, in denen doch nur die noch schwächeren Einzelkräfte der Arbeiter zur Ueberlegenheit gebracht werden; was ist der einzelne Arbeiter gegenüber dem Unternehmer und erst gegenüber der Unternehmerorganisation? Und was ist auf dem Gebiet der allgemeinen Wirtschaftsinteressen der Konsument in der Hand der Syndikate und Kartelle der Produktion und des einzelnen Kaufmanns oder Händlers; was ist aber dieser den organisierten Konsumenten gegenüber?

Solche Fragen führen ohne weiteres zum Verständnis der gegenwärtigen Situation, die darin besteht, daß die heutigen Wirtschaftskämpfe durch die Organisationen ausgetragen werden. Je begrenzter nun der Raum ist, auf dem sie sich bewegen, desto intensiver, hartnäckiger und gehässiger werden sie.

Man muß dies vorausschicken, um zu begreifen, wie in Württemberg, einem Lande, dessen Bewohner man häufig die „gemütlichen Schwaben" nennen hört, der Kampf zwischen Händlern und Konsumenten, d. h. zwischen den Rabattvereinen und den Konsumvereinen als den organisierten Vertretungen gegensätzlicher Wirtschaftsinteressen, so erbitterte Formen angenommen hat. Dieser Kampf weist große Aehnlichkeit mit dem von den schweizerischen Konsumvereinen gegen das organisierte Händlertum geführten auf.

Mit rücksichtsloser Schärfe und unmoralischen Mitteln, die dem krassesten Egoismus des Händlertums aller Zeiten entspricht, wird von den Rabattvereinen gegen die Konsumvereine oder gegen einzelne führende Personen der konsumgenossenschaftlichen Bewegung, ja gegen harmlose Mitglieder der Vereine vorgegangen. Ist es doch z. B. schon vorgekommen, daß der Vorstand eines Konsumvereins, der diese Tätigkeit nebenamtlich versah, auf direkte Drohungen des Händlertums hin von seinem Prinzipal Knall und Fall entlassen wurde, obwohl er 13 Jahre seines Lebens in dem betreffenden Betrieb tätig war. Der Prinzipal, Zeitungsunternehmer, hatte eben den Boykott der Händler zu fürchten. In anderen Fällen wurden Mitglieder der Konsumvereine vor die Alternative gestellt, entweder die Mitgliedschaft beim Verein oder die Beschäftigung aufzugeben. Also: Existenzvernichtung im Kampf um den Händlerprofit, persönliche Beleidigung und Verdächtigung sind die Waffen der Rabattvereinler gegen einzelne Angehörige der Konsumvereine.

Im Vergleich der Kämpfe gegen die Konsumvereine als Organisationen sind dies jedoch nur untergeordnete Episoden des Kampfes zweier Wirtschaftsorganisationen. Der größere, hartnäckigere und bittere Kampf wird auf den Jahresversammlungen der Rabattvereine und der Innungen und „Genossenschaften" des Handwerks und in der Presse geführt. Auch auf den Rathäusern der Gemeinden und im Parlament des Landes toben die Wirtschaftsinteressen des Händlertums gegen die Konsumvereine, d. h. gegen die Konsumenten selbst. Jede auch nur scheinbare Unregelmäßigkeit, die in der Generalversammlung eines Konsumvereins einmal von den Mitgliedern selbst gerügt worden ist, wird zur greulichen geschäftlichen Verwahrlosung aufgebauscht, der Konkurs irgend eines Konsumvereins in deutschen Landen als Beweis dafür ausposaunt, daß das System der Konsumvereine den Ruin der Volkswirtschaft, die Schädigung des sogen. Mittelstandes, ja sogar der Arbeiterexistenzen bedeute.

Die Presse der württembergischen Rabattvereine, der Händler, Innungen u. s. w. ist kein zu verachtender Gegner. Nicht sowohl der geistigen Qualität als vielmehr der Zahl und Verbreitung nach, wie sie im Kampf gegen die Konsumvereine tätig ist. Wenn man die Organe der Innungen des Fleischer- und Bäckerhandwerks mit den eigentlichen Fachorganen des Handels zusammennimmt — in einer Anzahl von württembergischen Städten geben die Rabattvereine neben dem Landesorgan noch besondere Zeitungen heraus, die den lokalen Bedürfnissen dienen — so kommt man bei ca. 8—10 Preßorganen dieser Art auf eine Verbreitung von ca. 150 — 160,000 Exemplaren dieser Zeitungen, die den Kampf gegen die Konsumvereine führen und die entsprechende Stimmung in der öffentlichen Meinung erzeugen. Von Zeit zu Zeit erhalten die Blätter Extraauflagen, und gelegentlich wird noch mit Flugblättern nachgeholfen, so daß man sagen kann, daß der auf dem Gebiet reiner Konsumenteninteressen in Württemberg tobende Kampf dem auf politischem und gewerkschaftlichem Gebiet in nichts nachsteht. Die Tagespresse verhält sich im allgemeinen „neutral" in dem Sinne, daß häufiger die „großartige" Entwicklung des Rabattvereinswesens in größeren oder kleineren Notizen dem Publikum serviert wird, während man nur ausnahmsweise etwas über Konsumvereine hört, abgesehen davon, daß eine ungünstige Mitteilung über sie rechtzeitig und promptest veröffentlicht wird.

Von der Tagespresse, die sich im obigen Sinne „neutral" hält, unterscheidet sich die politische Presse derjenigen Parteien, die die sogen. Mittelstandspolitik auf ihr Programm geschrieben haben: die konservative und die Zentrumspresse. In ihr wird direkt gegen die Konsumvereine Stellung genommen und jede staatliche Maßnahme zum Schutze der Mittelstandsinteressen verlangt. Daß diese Forderungen sich bereits zu einem wirtschaftspolitischen Programm für die im Dezember 1906 in Württemberg stattfindenden Landtagswahlen verdichtet haben, zeigt mehr als alles die Schärfe des tobenden Kampfes. In einer Resolution der Mittelstände heißt es:

„Der württembergische Bund für Gewerbe und Handel empfiehlt seinen Mitgliedern und den Geschäftsleuten überhaupt, bei den bevorstehenden Neuwahlen zum Landtag nur solche Kandidaten zu unterstützen, welche für nachfolgende Forderungen des kaufmännischen und gewerblichen Mittelstandes eintreten: 1. Erhöhung der Umsatzsteuer für Warenhäuser und Konsumvereine; 2. Einführung einer progressiven Umsatzsteuer für Großmühlen; 3. Verbot der Zugehörigkeit zu Konsumvereinen für Offiziere, Staats- und Gemeindebeamte.

Auf der Generalversammlung dieses Bundes für Handel und Gewerbe vertrat der Vorsitzende und Führer der württembergischen Rabattvereine die Ansicht, daß die Eigenproduktion der Konsumvereine für Handel und Gewerbe gefahrdrohender sei als die der Warenhäuser. Das Hauptaugenmerk müsse daher auf die Großproduktion der Konsumvereine gerichtet werden. Um die Konsumvereine von der Eigenproduktion abzuhalten, müßten die Gewerbetreibenden nach Erschöpfung aller Mittel der Selbsthilfe auf dem Wege der Gesetzgebung folgendes zu erreichen suchen: 1. Erhöhung der Umsatzsteuer für Großbetriebe im Kleinhandel mit Ausdehnung auf die Konsumvereine; 2. Stellung der Sparkassen der Konsumvereine unter Staatsaufsicht, so daß die Spareinlagen mündelsicher angelegt werden müssen. Die Konsumvereine würden dadurch eine Schwächung erfahren und die Fähigkeit zur Eigenproduktion verlieren.

Wie man sieht, lassen die Absichten der Gegner an Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig, ebenso aber auch die Heftigkeit des Kampfes, der seitens der Konsumvereine in der Hauptsache von ihrem eigenen Organ, dem „Württ. Genossenschaftsblatt", geführt wird, das zweimal monatlich in einer Auflage von 23,000 Exempl. den Mitgliedern und außerdem allen in der Frage maßgebenden staatlichen und kommunalen Behörden und Instanzen zugeht.

Daß in diesem Kampfe zweier Wirtschaftsorganisationen das bessere Recht und die wirtschaftliche Logik den Konsumvereinen von vornherein eine verhältnismäßig gute Position verschafft, ist ein Glück, sonst dürften für sie im neuen württ. Landtag keine besonders rosigen Zeiten anbrechen. Die deutsche Reichspolitik auf dem Gebiete des Steuer- und Zollwesens hat ja derartige Wirkungen gezeitigt, daß der Mißmut und die Mißstimmung darüber in allen Konsumentenkreisen eine feststehende Tatsache ist, die sich jedenfalls bei den nächsten Wahlen äußern wird.

Ueber die Qualität der Rabattvereine in volkswirtschaftlicher Beziehung viel Worte zu machen, ist unnötig. Ueber Nullen braucht man nicht zu reden. Und volkswirtschaftlich sind sie eine Null. Aber als charakteristisch mögen einige Stimmen hier verzeichnet sein, die eine viel beweiskräftigere Sprache reden, als es die Konsumvereine tun können, indem diese Stimmen aus dem gegnerischen Lager selbst stammen. In einer Versammlung des Stuttgarter Spezereihändlervereins wurde z. B. gesagt, daß der bekannte 2—5%ige Rabatt zum Schaden des kaufenden Publikums „vorher draufgeschlagen" werden müsse. Der gleiche Redner warnte seine Kollegen, diesen „Gimpelfang" mitzumachen. Im Stuttgarter Bäckermeisterorgan hieß es an leitender Stelle: „Durch Einführung des Rabattsparvereins hat sich nicht nur die Konkurrenz verschärft, sondern das Pumpgeschäft ist verdreifacht." Durch die Rabattvereine sei „keineswegs dem deutschen Handwerker, noch viel weniger dem einzelnen Geschäftsmann geholfen." Sie seien sogar die „Selbstaufreibung jedes einzelnen Geschäftsmannes", was folgendermaßen illustriert wird: „Wer in seinem Geschäft noch nicht ruiniert ist, der kann durch den Segen dieser Einrichtung vollends krachen gehen." Ein Rottweiler Geschäftsmann inserierte im „Schwarzw. Boten": „Gewähre 5% Rabatt ohne ihn vorher draufzuschlagen." Und ein anderer besang im gleichen Blatt die Rabattlerei folgendermaßen:

Rabatt, so heißt das Losungswort
Beim Bäcker, Metzger und an jedem Ort,
Wo Waren heute man verschleißt.
Doch gibt's Rabatt das ganze Jahr,
So ist das doch für jeden klar,
Daß solch ein Nachlaß gar nichts heißt,
Es wird, damit man nichts verliert,
Der Nachlaß gleich mit kalkuliert.

Aus kaufmännischen Kreisen wurde kürzlich der freisinnigen „Ulmer Zeitung" geschrieben:

„Jedem Laien wird es einleuchten, daß, wenn ein Kolonialwarenhändler ausschreibt: Salz, Zucker, Petroleum, Cichorie ꝛc. kostet so und so viel, natürlich ohne Rabatt, so kann ein anderer, welcher Rabatt gibt, nur um den Rabatt höher verkaufen, wenn er nicht den Rabatt aus eigener Tasche bezahlen soll, und daß dies bei den hauptsächlichsten Artikeln nicht möglich ist, hört man ja tagtäglich von den Krämern selbst. Ganz anders sind andere Branchen gestellt; ob der Kleiderstoff 1.20 Mk. oder 1.26 Mk. per Meter kostet, ob der Damenmantel 40 Mk. oder 42 Mk. wert ist, kann kein Mensch beurteilen, und ebenso ist es bei anderen Artikeln. Hier ist es also ein sehr einfaches Rechenexempel, daß der Verkäufer die 5% seinem Preis anrechnet und dabei natürlich den Preis hübsch aufrundet und dann in den Rabattmarken die 5% wieder hergibt."

Zur Beleuchtung des Kampfes der württ. Rabattvereine, die identisch mit den sog. Konsumgesellschaften der Schweiz sind, müssen diese Stimmen aus dem Lager der natürlichen Gegner sehr wertvoll erscheinen. Aber nicht nur zur Beleuchtung dieses Kampfes, sondern zur Wertung der Rabattvereine selbst. Den Konsumenten kann die auf Täuschung der Konsumenten berechnete Tätigkeit der Rabattvereine oder Rabattgesellschaften gar nicht oft genug vor Augen gehalten werden, und dies geschieht am besten mit den Aussprüchen und Anschauungen der Spezereihändler und Kaufleute selbst.

Bei alledem braucht man sich aber nicht auf den Standpunkt zu stellen, daß die Leute kein Recht zur Verteidigung ihrer wirtschaftlichen Interessen hätten. Ganz im Gegenteil. Aber in dem Widerstand gegen das ökonomisch Zweckmäßigere, für die Volkswirtschaft Notwendige, das die Konsumvereine darstellen, liegt zugleich das Eingeständnis der wirtschaftlichen Rückständigkeit überlebter Formen. In diesem Fall des Handels. Von diesem prinzipiellen Gesichtspunkt aus wird auch in Württemberg der Kampf für die Entwicklung der Konsumvereine und gegen die Rabattvereine geführt.

Genossenschaftliche Rundschau.

Die Ueberlegenheit des genossenschaftlichen Betriebs über das Privatgeschäft. Während der Konsumverein

planmäßig und vorsichtig ins Leben tritt und sich mit seinen ersten Schritten langsam aber sicher aufrichtet, ist das Privatgeschäft gezwungen, auffallend und mit großem Aufwand in die Oeffentlichkeit zu treten. Ohne Sicherheit in seinen Dispositionen, ist der Kleinhändler schon bei seiner Geschäftseröffnung gezwungen, durch Ueberbietung seiner Kräfte der öffentlichen Meinung den Glauben an seine Leistungsfähigkeit abzuringen, während der Konsumverein durch die Zahl seiner Mitglieder eine Grundlage seines Haushalts, durch seinen Anschluß an den Verband und die Großeinkaufsgesellschaft erfahrene Berater und leistungsfähige Bezugsquellen besitzt.

Diesen günstigen Grundpfeilern des Konsumvereinswesens ist es zuzuschreiben, daß der Konsumverein schon bei einem mäßigen Umsatze prosperiert, während der Kleinhändler allein zur Deckung von Spesen, die dem ersteren nicht erwachsen, wie z. B. Reklame, Repräsentation und kostspielige Lebenshaltung, einen erheblichen Teil seines Einkommens verwenden muß. Im weiteren Verlaufe der Geschäftsentwicklung stellt sich die Ueberlegenheit des Konsumvereins über das Privat-Kleingeschäft immer mehr heraus.

Der Kleinhändler, der sein Geschäft in Aufnahme bringen will, muß sich erst durch große Kosten und Opfer die Kunden seiner Konkurrenz erringen, und nur selten wird es ihm gelingen, — zumal wenn schlechte Zeiten und überlegene Konkurrenten fühlbar einwirken, — seinen Umsatz auf der Höhe zu erhalten. Die Folge davon ist der Ausfall an Einnahmen, die zur Deckung der Warenschulden, bezw. Wareneinkäufe, ferner der täglichen ordentlichen und außerordentlichen Spesen verwendet werden sollen. Naturgemäß sucht der Kaufmann und Kleinhändler zunächst jede bemerkbare Geschäftsstockung durch Hebung des Umsatzes auszugleichen und kommt mit diesem Bemühen immer mehr und schärfer in den Kampf mit seinen Konkurrenten. Durch diese unerbittlichen Kämpfe mit ihren unausbleiblichen Opfern kommt es, daß mancher Geschäftsmann bei schwierigen Absatzverhältnissen viel höhere Spesen hat, als dem Geschäfte zuträglich ist, und daher um so mehr an seiner wirtschaftlichen Kraft verliert, als er unter seiner Konkurrenz zu leiden hat.

Bei dem Vergleich des Warenbezuges der Konsumvereine und der Kleinhändler fällt die Leistungsfähigkeit der ersteren am allermeisten auf. Der beobachtende Geschäftsmann findet dabei durchwegs ein geregeltes, blühendes Leben in den Konsumvereinen, während bei dem Durchschnitts-Kleinhändler die Erhaltung des Geschäftes auf seiner Höhe gar manchmal mit Mühe und Not verbunden ist. Nur wenige können den Vorteil des Kasse-Einkaufes ausnützen, wenn es nicht ältere, gutfundierte Geschäfte sind, während derselbe bei Konsumvereinen fast allgemein ist. Dieser letztere Umstand sichert den Konsumvereinen die günstigsten Chancen bei ihren Einkäufen, sowie die sorgfältigste und gewissenhafteste Bedienung von Seiten der Lieferanten. Außer den Kasse-Einkäufen sind es auch die großen Bezüge teils mehrerer vereinigter Konsumvereine, teils der Großeinkaufsgesellschaft, welche die Unterlagen zu günstigen Abschlüssen bilden, wie dieselben dem Kleinhändler unmöglich sind.

Die Resultate dieser Vorteile zusammengenommen sind den Mitgliedern der Konsumvereine bekannt. Mögen nun die Gegner die Leistungsfähigkeit der Konsumvereine anerkennen oder nicht, das wird dem ferneren Gedeihen und Entwickeln derselben keinen Abbruch tun. Die Konsumvereine werden im Gegenteil kraft ihrer gesunden Einrichtungen und der in ihnen wohnenden Energie in ihrer wirtschaftlichen Entwicklung unaufhaltsam fortschreiten, zum Segen ihrer Mitglieder und zu einem Ziele, wie es nur den weitsichtigsten und treuesten Freunden des Konsumvereinswesens vorschwebt.

Volkswirtschaft.

Die Großschlächtereien in den Vereinigten Staaten. Bei weitem die wichtigsten Firmen im Großhandel mit Rindfleisch in den Vereinigten Staaten von Amerika sind die Kompagniegeschäfte Armour, Swift, Morris, National Packing, Schwarzschild & Sulzberger und Cudahy, welche oft als „die großen Sechs" bezeichnet werden.

Armour ist eine Gesellschaft in Illinois mit einem Kapital von 20 Millionen Dollars, die nur von Mitgliedern der Familie Armour gebildet wird. Die Gesellschaft, mit der Tochterfirma Armour Packing Company (Kapital 7,500,000 Dollars), betreibt Packhäuser in Chicago, Kansas City, South Omaha, East St. Louis und Fort Worth, errichtet jetzt auch eine Anlage in Sioux City. In den Schlachthäusern der Gesellschaft wurden im Jahre 1903 zusammen 1,255,366 Rinder, 3,451,892 Schweine und 1,496,984 Schafe geschlachtet.

Die ebenfalls in Illinois begründete Firma Swift mit einem Kapital von 35 Millionen Dollars zählt über 6000 Aktionäre und betreibt Packhäuser in Chicago, Kansas City, South Omaha, East St. Louis, South St. Joseph, Fort Worth und South St. Paul. Ihr Geschäft ist größer als das jener anderen der großen sechs Firmen. Sie schlachteten im Jahre 1903 insgesamt 1,578,225 Rinder, 5,079,756 Schweine und 2,334,261 Schafe.

Im Staate Maine befindet sich die Firma Morris mit 3 Millionen Dollars Kapital; ihre Tochtergesellschaft Fairbank Canning Company in Illinois arbeitet mit einem gleichen Kapital; die Aktien sind alle in den Händen der Familie Morris. Die Gesellschaft hat Packhäuser in Chicago, East St. Louis und South St. Joseph, eröffnete anfangs 1905 auch eine Anlage in Kansas City. Im Jahre 1903 schlachteten Morris and Company 761,179 Rinder, 1,247,393 Schweine und 739,237 Schafe.

Die National Packing Company wurde in New Jersey im Jahre 1903 mit einem Kapital von 15 Millionen Dollars gegründet. Sie übernahm die Aktien einer Anzahl kleinerer Packhausgesellschaften, daruter der G. H. Hammond Comp., der Anglo-American Provision Comp., der Omaha-Packing Comp., der Fowler Packing Comp., der St. Louis Dressed Beef Comp., der United Dressed Beef Comp. in New-York. Vor der Gründung der National Comp. waren die meisten Aktien dieser Anlagen schon von den Häusern Armour, Swift und Morris erworben worden, und die Direktoren der neuen Korporation sind sämtlich Beamte der drei genannten Häuser. Der National Packing Company gehören drei Packhäuser in Chicago, zwei in Kansas City und je eines in St. Louis, Omaha, New-York und Hutchinson (Kansas). Diese Anlagen sind meist weniger bedeutend als die der fünf anderen Großfirmen, und sie schlachteten zusammen 848,884 Rinder, 3,101,425 Schweine und 736,434 Schafe im Jahre 1903.

Die Schwarzschild & Sulzberger Company, eine New-Yorker Gründung mit 4,373,400 Dollars Kapital, besitzt Anlagen in Chicago, Kansas City und New-York, die im Jahre 1903 im ganzen 559,200 Rinder, 623,598 Schweine und 494,642 Schafe schlachteten.

Die Cudahy Packing Company, eine Gesellschaft von Illinois, mit einem Kapital von 7,500,000 Dollars im alleinigen Besitz der Familie Cudahy, betreibt Packhäuser in South Omaha, Kansas City, Sioux City und Los Angelos, in denen 1903 insgesamt 469,228 Rinder, 1,347,675 Schweine und 364,200 Schafe verarbeitet wurden.

Die Kapitalien aller dieser Gesellschaften erscheinen im Verhältnis zu ihrem Besitz und Betrieb nicht besonders hoch. — Alle sechs Gesellschaften schlachten, wie obige Zahlen lehren, neben Rindern auch große Mengen von Schweinen und Hammeln; die meisten von ihnen betreiben

auch den Ankauf, die Lagerung und den Vertrieb von Meierei-Erzeugnissen, Eiern und Geflügel im großen, einige sind außerdem in anderen verwandten Geschäftszweigen stark engagiert. Alle besitzen eigene Gefrierwagenbahnlinien zum Transport ihrer Schlachthauserzeugnisse, unterhalten auch eine große Anzahl von Zweighäusern in vielen kleineren Städten, durch die sie den größten Teil ihrer Produkte, namentlich der ausgeschlachteten Rinder, an Großhändler absetzen. — Ein großer Teil des bevölkertsten Territoriums im Nordosten der Vereinigten Staaten ist mit dem Rindfleischbedarf in der Hauptsache auf die Maisstaaten des Mississippitales und auf die noch weiter westlich gelegenen Farmen und Viehzüchtereien angewiesen. Die Bedeutung der genannten sechs Großschlächtereien für die Rinderzucht und den Rindfleischhandel beruht nun hauptsächlich darauf, daß sie den Züchtern im Westen ihr Vieh abkaufen und es geschlachtet und zum Teil verarbeitet den östlichen Märkten zuführen.

Anderseits aber ist der Anteil dieser größten Firmen am gesamten Rindfleischhandel des Landes weniger groß, als allgemein angenommen wird. Nach den besten Statistiken wurden in den Vereinigten Staaten im Jahre 1903 insgesamt (außer Kälbern) 12,500,000 Stück Rindvieh geschlachtet, und hiervon entfielen auf die Packhäuser der großen sechs Firmen nur 5,500,000 St. oder rund 45 Prozent. Ihr Anteil an der Versorgung des Inlandes mit Rindfleisch ist ungefähr ebenso groß, obgleich sie verschiedene Hunderttausende ausgeschlachtete Rinder jährlich exportieren. — Von allen in den acht großen Schlachthauszentren des Westens, nämlich Chicago, Kansas City, South Omaha, East St. Louis, South St. Joseph, Fort Worth, Sioux City und South St. Paul getöteten Rindern entfallen dagegen auf die großen sechs Häuser 98 Prozent. Von allen in diesen Städten verkauften Rindern entnehmen die sechs Häuser wiederum weniger als 98 Prozent, da namentlich in Chicago eine beträchtliche Anzahl Rinder von anderen Firmen aufgekauft wird, um lebend nach Plätzen des Ostens der Union und nach Europa gebracht zu werden.

Der Anteil der größten sechs Großschlächtereien an der Rindfleischversorgung der einzelnen Städte und Regionen ist sehr verschieden. In den meisten großen Städten östlich von Pittsburg ist er sehr erheblich, in New-York beträgt er 75 Prozent, in Boston reichlich 85 Proz., in Philadelphia 60 Proz., in Pittsburg etwas mehr, in Providence über 95 Proz., in Baltimore 50 Proz. usw. Buffalo und die Städte westlich von Pittsburg, wie Cleveland, Cincinati und Indianapolis anderseits erhalten von den großen sechs Häusern nur 10 bis 33 1/3 Prozent ihres Rindfleischbedarfes. In den Südstaaten liefern die sechs den größeren Städten mit geringen Ausnahmen weniger als 50 Proz., den kleineren Orten weniger als 25 Proz. ihres Bedarfes. — Der Rest des Bedarfes wird von kleineren, in den betreffenden Städten ansässigen Schlächtereien gedeckt, die 10,000 bis 40,000 Rinder im Jahre schlachten. Einen großen Teil ihres Viehbedarfes beziehen diese Anlagen vielfach aus den Meiereien der umliegenden Landbezirke.

Die Macht der sechs großen Schlachthausfirmen ist hiernach für das ganze Land nicht so unbeschränkt und gefährlich, wie nach den vielen Klagen über den Beef-Trust anzunehmen wäre, wenn sie auch in einigen Staaten eine Konkurrenz nicht aufkommen läßt.

(Nach The National Provisioner.)

Die Getreideernte der Welt. Das ungarische Ackerbauministerium veröffentlicht soeben die übliche Schätzung des Welternteergebnisses für das Jahr 1906. Die Zahlen, die wir im „Pester Lloyd" lesen, zeigen gegen die Ernte des Vorjahres meist Steigerungen; nur die Roggen- und Haferernte ist gegen das Vorjahr zurückgeblieben. Das Gesamterträgnis der Welternte beträgt nach der Zusammenstellung der ungarischen Behörde (in Millionen Meterzentnern): Weizen 949 (im Vorjahre 926), Roggen 382 (394), Gerste 315 (307), Hafer 527 (534), Mais 987 (917). Hierzu kommen die von der vorigen Welternte noch existierenden Vorräte. Diese betragen bei Weizen 49, Roggen 5, Gerste 5, Hafer 19, Mais 13 Mill. Meterzentner. Dem gegenüber wird folgender tatsächlicher Weltbedarf für das Jahr 1906/07 berechnet: Weizen 923, Roggen 404, Gerste 318, Hafer 537, Mais 952 Mill. Meterzentner. Somit stellt sich ein Ueberschuß in allen Getreidegattungen von insgesamt 110 bis 120 Mill. Meterzentnern heraus. Für die Getreide exportierenden Staaten wird folgendes Erträgnis der diesjährigen Ernte herausgerechnet: Weizen 687, Roggen 217, Gerste 209, Hafer 329, Mais 931. Hiervon wären an importierende Staaten abzugeben an Weizen 166, Roggen 6, Gerste 36, Hafer 25, Mais 90 Millionen Meterzentner.

Milchpreise. Gegen den Beschluß des Syndikats der Landwirte und Milchlieferanten von La Chaux-de-Fonds, den Milchpreis von 20 auf 22 Rp. per Liter zu erhöhen, wurde im „Temple français" in La Chaux-de-Fonds eine öffentliche Protestversammlung abgehalten, die von ca. 3000 Personen besucht war. Nach Referaten der Herren Ch. Naine und James Perrenoud wurde von der Versammlung einstimmig beschlossen, die Preiserhöhung nach Möglichkeit zu unterdrücken durch Verweigerung der Bezahlung, und sofort die Vorarbeiten zur Gründung einer Genossenschaftsmolkerei an die Hand zu nehmen.

— Der „Suisse Libérale" entnehmen wir, daß sich aus den Kreisen des Eisenbahn-, Post-, Tramwagen- und Schiffspersonals in Neuenburg ein Initiativkomitee gebildet hat zum Zwecke, die Gründung einer Genossenschaft anzubahnen, welche sämtlichen Familien dieser Berufsklassen die Milchbeschaffung zu billigeren Preisen ermöglichen soll.

Aus unserer Bewegung.

Amriswil. Unser dortiger Verbandsverein sendet uns wieder einen musterhaften Bericht über das 9. Geschäftsjahr, das am 30. Juni 1906 abgeschlossen wurde. Wir entnehmen daraus, daß sich die Zahl der Mitglieder von 124 auf 187 erhöhte, während der Umsatz von Fr. 94,510 auf Fr. 115,582 stieg. Es ergab sich darauf ein Ueberschuß von Fr. 12,219.81, den der Vorstand folgendermaßen zu verwenden beantragt: Einlage in den Reservefonds Fr. 1221.98, Einlage in den Baufonds Fr. 1910.99, Rückvergütung (10 % an Mitglieder und 6 % an Nichtmitglieder) Fr. 7393. 12; Abschreibung eines dubiosen Postens Fr. 58.72, Gratifikationen ꝛc. Fr. 500, Vortrag auf neue Rechnung Fr. 1135. Von dem Gesamtumsatze entfallen Fr. 55,096.26 auf die Mitglieder (im Durchschnitt rund Fr. 300) und Fr. 31,391.71 auf die Nichtmitglieder (im Durchschnitt auf jeden der 324 Bezüger Fr. 97.—). Wir haben die Ueberzeugung, daß es auch für die Konsumgenossenschaft in Amriswil von gutem wäre, wenn sie den Verkehr auf die Mitglieder beschränken würde. Sicherlich würde dann die Großzahl der jetzigen Klienten als Mitglieder dem Vereine beitreten. Aus der Bilanz erwähnen wir folgende Posten: Warenkonto total Fr. 35,646, Mobilienkonto Fr. 2982, Immobilienkonto Fr. 28,400. Das Anteilscheinkonto beträgt Fr. 1395.60, das Reservefondskonto Fr. 6848.09, das Sparkassenkonto Fr. 20,103. 16.

Aus dem Warenbericht ersehen wir, daß der Verein mit gutem Erfolge die Wurstwaren der Schlächterei unseres Basler Verbandsvereins vermittelt. Das Schuhwarenlager, ein Schmerzenskind vieler kleiner Vereine, wurde in der Hauptsache liquidiert, es werden jetzt nur noch Hausschuhe u. dgl. geführt. Die Bäckerei verarbeitete

32,775 Kilo Mehl. Im Durchschnitt ergaben 100 Kilo Mehl 138 Kilo Brot. Das Verhältnis zum Verbande wird im Berichte einläßlich besprochen und betont, daß bei in Qualität und Preis gleichen Offerten stets der Zentralstelle der Vorzug gegeben wird. Es sollte dies eigentlich selbstverständlich sein, ist es aber nicht allenorts. Das Genossenschaftliche Volksblatt ist für alle Mitglieder abonniert, und es spricht sich die Verwaltung lobend darüber aus. Die im Berichtsjahre eröffnete Ablage im benachbarten Hatswil erfüllte die in sie gesetzten Erwartungen.

Baden. (K.-Korresp.) Seit 14 Tagen arbeitet in unserer Bäckerei beim „Kunstgütli" an der Bruggerstraße die Knetmaschine von Werner & Pfleiderer in Cannstatt ganz famos. Sapperlot! Welche sinnreiche Maschine, und wie einfach sich die Manipulation des Knetens gestaltet! Da ist nicht mehr die aufreibende Morrerei für den Bäcker wie bei der manuellen Arbeit! Da ist nicht mehr der den Hausbewohnern oft die Nachtruhe störende Spektakel, den das Kneten von Hand — besonders wenn der Bäcker dem Teig seine Kraft beweisen will — manchmal verursacht. Und die Hauptsache ist, daß bei der Bearbeitung des Teiges durch die Maschine eine viel größere Reinlichkeit Platz greift, als dies bei der Handarbeit gar oft der Fall ist. Unsere Bäckerei wird durch den mechanischen Kneter auch viel leistungsfähiger, und das ist ebenfalls nicht ohne Bedeutung.

Bern. Genossenschaftliche Milchvermittlung. Wie wir unsern Lesern bereits in der letzten Nummer unseres Blattes mitteilten, hat der Milchhändlerverein der Stadt Bern und Umgebung beschlossen, vom 1. September an den Milchpreis von 20 auf 22 Rp. zu erhöhen. Es bedeutet dieser neue Preis für die städtische Bevölkerung einen Aufschlag von 10%, für die Mitglieder der Konsumgenossenschaft sogar einen solchen von 15 %, da die Vertragslieferanten der Genossenschaft bis dahin 5 % rückvergüteten, nach den neuen Statuten des Milchhändlervereins aber verpflichtet werden, keine Konsummarken mehr anzunehmen. Die so geschaffene Situation zwang den am 30. August vollzählig versammelten Vorstand der Konsumgenossenschaft in Bern, zu der Milchpreisfrage Stellung zu nehmen. Einstimmig wurde beschlossen, die Milchvermittlung selbst an die Hand zu nehmen, da dies der einzige Weg sei, um soviel als möglich die schweren Folgen dieses Milchpreisaufschlages für die Bevölkerung zu mildern.

Trotzdem der Vorstand sich wohl bewußt ist, daß die Ausführung dieser Aufgabe nicht leicht ist, schreitet er doch unentwegt ans Werk, da ihm aus den verschiedensten Kreisen der städtischen Bevölkerung, von Geistlichen, Aerzten, Lehrern, Handwerksmeistern, Arbeitern u. a. energische Mitarbeit und Unterstützung zugesichert wurde.

Zum Bau der Molkerei wurde das an der Konsumstraße liegende Land, welches Eigentum der Genossenschaft ist, in Aussicht genommen. Man hofft, die Vorarbeiten derart fördern zu können, daß der neue Betrieb, der auch zur Verarbeitung der überschüssigen Milch zu Butter und Käse eingerichtet wird, auf den 1. Mai 1907 aufgenommen werden kann.

Chaux-de-Fonds. Wir entnehmen der Tagespresse die erfreuliche Nachricht, daß sich der Vorstand unseres dortigen Verbandsvereins entschlossen habe, die Frage der Milchvermittlung zu studieren und zu diesem Zwecke eines seiner Mitglieder nach Basel delegiert habe zum Studium der Organisation der Milchvermittlung durch den Allgemeinen Konsumverein. Zu diesem Schritte sieht sich der Konsumverein veranlaßt durch die von den Milchhändlern durchgeführte Erhöhung des Milchpreises, die bereits zu einem Streik der Konsumenten geführt hat. Wir hoffen, die Durchführung der genossenschaftlichen Milchvermittlung werde auch in Chaux-de-Fonds nicht mehr lange auf sich warten lassen.

Herisau. Unser dortiger Verbandsverein hat sein 38. Geschäftsjahr hinter sich und publiziert darüber einen einläßlichen gedruckten Bericht. Der Umsatz ist gegenüber dem Vorjahre um Fr. 13,666.95 gestiegen und erreichte Fr. 313,896.80. Die Durchschnittskonsumation beträgt pro Mitglied Fr. 170. Wie der Bericht bemerkt, steht in dieser Hinsicht unser Verbandsverein in Herisau hinter den meisten anderen zurück, und wir fürchten, auch der Appell, den der Vorstand in seinem Berichte an die Solidarität der Mitglieder richtet, werde daran nicht viel ändern, da eben die Bevölkerung, dort wie anderwärts, durch die immer aufdringlicher werdende Reklame der Händler vom Genossenschaftsladen abgelenkt wird, so lange die Verwaltung nicht ein Mittel in der Hand hat, über Preise und Qualitäten der durch die Genossenschaft vermittelten Waren Aufklärung unter allen ihren Mitgliedern zu verbreiten. Die Zahl der Genossenschafter nahm um 44 zu und beträgt nun 1656. Vom Betriebsüberschuß werden Fr. 621.85 auf den Immobilien und Fr. 761.30 auf den Mobilien abgeschrieben, ferner erhält der Reservefonds eine Zuwendung von Fr. 1461.95. Aus dem Rest werden Vergabungen im Betrage von ca. Fr. 900 ausgerichtet und den Mitgliedern auf ihren Bezügen Fr. 22,127 (10 %) rückvergütet. Der Verein hat im Laufe des Geschäftsjahres in Schwellbrunn eine Liegenschaft erworben, so daß sich das Immobilienkonto nun auf Fr. 100,500 stellt. Das Warenlager figuriert in der Bilanz mit Fr. 95,970, die Utensilien mit Fr. 6500. Das Genossenschaftskapital beträgt Fr. 8280, das Obligationenkapital Fr. 95,940, der Reservefonds Fr. 35,500, die Hypotheken Fr. 57,345. Dem Bericht ist ein Reglements-Entwurf für eine zu gründende Unterstützungskasse für hilfsbedürftige Mitglieder beigedruckt, der der nächsten Generalversammlung zur Beratung unterbreitet werden soll.

Lausanne. Unser dortiger Verbandsverein „l'Economie domestique" publiziert soeben den 8. Halbjahrs-Bericht für das 1. Semester 1906, welchem wir folgendes entnehmen:

Die Resultate für das erste Halbjahr sind, soweit die Einnahmen und Ausgaben in Betracht gezogen werden, sehr befriedigend, erlauben sie doch die Auszahlung einer Rückvergütung von 7%. Die Mitgliederzahl blieb sich gleich (263). Indessen geht der Genossenschaftsrat daran, eine Reihe von Maßregeln zu ergreifen, um neue Mitglieder zu gewinnen.

Der Halbjahres-Umsatz beträgt Fr. 28,278.63, wovon Fr. 7167.05 auf die Bäckerei entfallen. Diese verarbeitete 16,882 kg Mehl zu 21,980 kg Brot. Ein Verschmelzungsprojekt mit dem „Syndicat des consommateurs" wurde von einer Kommission, bestehend aus drei Mitgliedern jeder Genossenschaft, diskutiert und teilweise angenommen. Einige Punkte sind noch näher zu prüfen.

Luzern. Milchvermittlung durch den Allg. Konsumverein. Dem „Demokrat" entnehmen wir hierüber folgende Notiz. „Wie man uns mitgeteilt hat, ergab die Umfrage bei den Mitgliedern des A. K. V. einen Konsum von vorläufig ca. 4000 Liter pro Tag. Das ist die Ziffer, mit der man für den Anfang gerechnet hatte. Sie mag bei der großen Zahl Mitglieder noch klein erscheinen, doch muß man in Berücksichtigung ziehen, daß den Mitgliedern alles weitere über den Milchvertrieb noch nicht bekannt ist. Es ist sicher, daß gleich im Anfang nach Einführung der Vermittlung es bei den 4000 Litern nicht bleibt, sondern die Zahl schnell steigt. Deshalb sieht sich der A. K. V. auch vor, daß er weit größeren Ansprüchen gerecht werden kann. Wie wir vernehmen, prüft die neue Milchkommission die Angelegenheit ernstlich weiter. Voraussichtlich muß auf der Liegenschaft Eichhof ein neues Gebäude für die Molkerei errichtet werden. Eine für nächste Zeit vorgesehene weitere außerordentliche Generalversammlung wird die nötigen Beschlüsse zu fassen haben. Die Milchhändler sollen bereits die Frage prüfen, ob sie nicht auch eine Rückvergütung an ihre Konsumenten ab-

geben können. Dadurch glauben sie wohl, ihre Kunden von dem Milchbezug vom A. K. V. abzuhalten."

Zofingen. Einen nach Form und Inhalt vorzüglichen Bericht versendet unser dortiger Verbandsverein über sein 10. Geschäftsjahr, abgeschlossen auf 30. Juni 1906. Mit Befriedigung darf die Verwaltung auf das erste Dezennium zurückblicken, in welchem der Verein sich trotz der Schwierigkeiten, die ihm in den Weg gelegt wurden, aus kleinen Anfängen zu einem der blühendsten und treuesten Glieder unseres Verbandes emporarbeitete. Mit 36 Mitgliedern begann im Jahre 1896 der Verein seine Tätigkeit, heute zählt er 1310 Mitglieder. Sein Umsatz belief sich im letzten Jahre auf Fr. 283,877.34, was im Durchschnitt pro Mitglied Fr. 217 ausmacht. Die Bäckerei des Vereins erzeigte einen Verkehr von Fr. 25,386.32, gegenüber dem Vorjahre eine Vermehrung von Fr. 4595. Gebacken wurden 53,598 Laibe Brot im Gesamtgewicht von 86,112 kg, wozu 63,082 kg Mehl verwendet wurden. Im Durchschnitt ergaben also 100 kg Mehl 136,2 kg Brot. Mit der Sparkasse verkehrten 166 Einleger mit Fr. 27,419.74. Bei einem Nettoüberschuß von Fr. 17,013.61 beantragt der Vorstand 6 % Rückvergütung an die Mitglieder, Fr. 2500 Einlage in den Reservefonds, Fr. 1000 Abschreibung auf der Liegenschaft Merkur, Fr. 100 für Vergabungen. Der Rest soll auf neue Rechnung vorgetragen werden. Während den 10 Jahren wurden für Fr. 1,358,002.11 Waren an die Mitglieder vermittelt und darauf Fr. 56,593.87 rückvergütet. Mit der diesjährigen Zuwendung steigt der Reservefonds auf Fr. 13,754. Die Mobilien figurieren in der Bilanz mit Fr. 6401.25, die Warenvorräte mit Fr. 66,774.09, die Immobilien mit Fr. 55,354.02, der Neubau des Vereins mit Fr. 27,743.60. Unter den Passiven figurieren die Hypotheken mit Fr. 63,500, die Anteilscheine der Mitglieder mit Fr. 13,642.01, die Sparkassa-Guthaben mit Fr. 27,419.74, die Obligationen mit Fr. 23,870.

Mit dem abgelaufenen zehnten Jahr hat der Verein das erste Jahr seit der Aufhebung des Verkehrs mit Nichtmitgliedern hinter sich, und es darf konstatiert werden, daß das Resultat der Umwandlung in eine reine Genossenschaft sehr ermutigend ist; der Verkehr nahm um Fr. 73,556 und die Mitgliederzahl um 322 zu! Möchte dieser große Erfolg recht viele Vereine ermuntern, ebenfalls den Verkehr mit Nichtmitgliedern aufzuheben, dafür aber den Beitritt recht leicht zu machen.

Mit der Zentralstelle des Verbandes stand die Genossenschaft wie immer in regem Verkehr. Mehr als die Hälfte der vermittelten Waren wurden von ihr bezogen. Unser Verbandsverein in Zofingen nimmt denn auch hierin den 10. Rang ein unter sämtlichen Verbandsvereinen. Das Genossenschaftliche Volksblatt wurde wieder für sämtliche Mitglieder abonniert und letztere zeigten, wie der Bericht sagt, reges Interesse für das Organ, das sich als echter Hausfreund ausweise. Die Verwaltung des Vereins hat auf der ihr eingeräumten 4. Seite eine Fragetafel eingeführt und honoriert Mitgliedereinsendungen von allgemeinem Interesse mit 1 Fr.

Wir wünschen dem wackern Verein noch manches Dezennium erfolgreichen Wirkens.

Genossenschaftsbewegung des Auslands.

England und Schottland.

Ausstellung von in genossenschaftlichen Betrieben hergestellten Produkten. Im Kristallpalast in London, den größten Lokalitäten der Millionenstadt, findet gegenwärtig wieder die alle Jahre organisierte Ausstellung von in genossenschaftlichen Betrieben hergestellten Produkten statt, die dieses Jahr reichhaltiger als je ausgestattet ist, da sich außer dem Verbande der Produktivgenossenschaften diesmal auch der Großeinkaufsverband der englischen Konsumvereine daran beteiligt. Jeder dieser beiden großen Organisationen wurde ein Flächenraum von 570 Quadratmetern eingeräumt.

An der Eröffnungsfeierlichkeit, die am 22. August stattfand, hielt der Sekretär des britischen Genossenschaftsbundes, Herr J. C. Gray, eine sehr beifällig aufgenommene Ansprache, in der er u. a. folgende instruktive Ziffern anführte:

An der Ausstellung sind vertreten 22 Produktivzweige des englischen Genossenschaftsverbandes, und 50 verschiedene Zweige der Produktivgenossenschaften. Gegenwärtig existieren in Großbritannien 141 unabhängige Produktivgenossenschaften mit einem Gesamtkapital von Fr. 38,171,625 und einer Arbeiterzahl von 8364 Personen, denen im Jahre 1905 an Lohn Fr. 11,571,000 ausbezahlt wurden. Ihr Totalumsatz erreichte im letzten Jahre Fr. 79,550,600, der Nettoüberschuß Fr. 5,116,575, die Verluste auf einzelnen Betrieben Fr. 83,150. An Gewinnanteil erhielten die Angestellten und Arbeiter Fr. 322,975. Die beiden Großeinkaufsverbände dagegen besitzen ein Kapital von Fr. 56,248,350 und beschäftigen in ihren Produktivbetrieben 13,218 Personen, denen Fr. 16,862,275 an Löhnen ausbezahlt wurden. Der Umsatz der Produktivbetriebe der Konsumverbände belief sich auf Fr. 137,145,550, der Nettoüberschuß auf Fr. 4,288,125, die Verluste in einzelnen Betrieben auf Fr. 138,475. Rechnet man hierzu die Summe von Fr. 125 Millionen als Wert der in den Produktivbetrieben einzelner Konsumvereine hergestellten Waren, so ergibt sich ein Gesamtwert von in genossenschaftlichen Betrieben hergestellten Waren im Betrage von Fr. 350 Millionen, und die an die 101,482 beschäftigten Personen bezahlten Löhne erreichen die Summe von Fr. 104,829,400.

Mit dieser Ausstellung sind allerlei gesellige Veranstaltungen verbunden, u. a. ein Wett-Gesangfest, an dem sich 20 Genossenschafts-Gesangvereine beteiligen. Ferner findet eine Blumenausstellung statt, Turnvorstellungen wechseln ab mit gesanglichen, musikalischen und theatralischen Vorstellungen.

— Einweihung eines neuen Versammlungslokales der Bäckereigenossenschaft in Glasgow. Die mächtige Bäckereigenossenschaft in Glasgow, die bisher ihre geselligen Veranstaltungen in einem Saale der Gebäude des Großeinkaufsverbandes abhielt, der aber dies Lokal infolge anderweitiger Inanspruchnahme gekündet werden mußte, hat sich eine eigene große Festhalle bauen lassen, deren feierliche Einweihung Samstag den 18. August stattfand. Die Feier, an der sich ein äußerst zahlreiches Publikum beteiligte, wurde eingeleitet durch einen Fest-Gottesdienst, worauf der Präsident der Bäckereigenossenschaft einen Rückblick auf die Entstehungsgeschichte des Gebäudes warf. Hierauf hielt der Arbeiterführer Keir Hardie, Parlamentsmitglied, die von häufigem Beifall unterbrochene Festrede. Er wies auf die gewaltigen Erfolge der Genossenschaftsbewegung hin, die ihn mit Stolz erfüllen, und gedachte dann der Veteranen der Bewegung, den Anwesenden ans Herz legend, für die alten Tage dieser Genossenschafter zu sorgen, denn so lange in der Welt Sünden, Laster und Leiden bestehen, so lange werde der Ruf nach Mildtätigkeit nicht verstummen und die einzige wirksame Methode bilden, das Unrecht zu mildern. Keir Hardie wies dann auf den Zweck des Gebäudes hin, die Bildung des Volkes zu heben, es nach des Tages Arbeit zu einigen frohen Stunden zu vereinen. Er pries die Genossenschaftsbewegung als ein Werk der Brüderlichkeit, wo alle gleichen Rechtes sind, ein Freihafen gegenüber den Kämpfen auf allen andern Gebieten des Lebens. Er ermahnte die Genossenschafter, das Ziel der Bewegung wohl im Auge zu behalten: eine bessere Gesellschaftsordnung an

die Stelle der bestehenden zu setzen, mitzuarbeiten an der Herbeiführung des genossenschaftlichen Reiches, das Robert Owen vorgeschwebt habe und an dessen Kommen auch er fest glaube.

— Statistik der Konsumvereine und Produktivgenossenschaften. In die Statistik, die wir in Nr. 26 dieser Zeitschrift unter obigem Titel veröffentlichten, hat sich leider ein Fehler eingeschlichen. Wir reproduzieren hier die richtigen Ziffern über das Geschäftsgebaren der Konsumvereine und der Produktivgenossenschaften des Vereinigten Königreichs in den Jahren 1904/05:

Konsumvereine:

	Vereine	Mitglieder	Anteilschein-Kapital	Umsatz	Ueberschuß
1904	1469	2,078,178	628,487,600	1,482,798,850	235,528,700
1905	1457	2,153,185	651,929,350	1,527,174,775	238,980,950

Produktivgenossenschaften:

1904	149	34,712	22,584,350	77,561,350	5,547,320
1905	141	33,467	22,448,150	79,550,600	5,116,570

Italien.

Fortschritte der Genossenschaftsbewegung. Seit der Publikation des großen statistischen Werkes über die Genossenschaften Italiens, im Jahre 1901, führte das Sekretariat des italienischen Genossenschaftsbundes die Statistik über die neugegründeten Vereine weiter und ist nun im Falle, über die Fortschritte der Bewegung in den letzten vier Jahren Aufschluß zu geben. Wir finden darüber in der Cooperazione italiana folgende Zusammenstellung:

Bezirk	Zahl der Vereine 1901	1905	Vermehrung
Piemont	304	439	135
Ligurien	107	153	46
Lombardei	461	702	241
Venezien	290	416	126
Emilia	400	746	346
Umbrien	35	44	9
Marken	120	172	52
Toskana	242	337	95
Lazio	82	144	62
Abruzzen	36	63	27
Campanien	85	149	64
Pulien	72	133	61
Basilicata	10	13	3
Kalabrien	49	76	27
Sizilien	183	330	147
Sardinien	25	40	15
	2501	3957	1456

Hierzu ist allerdings zu bemerken, daß der italienische Genossenschaftsbund alle Arten von Genossenschaften umfaßt, sowohl Produktiv-, als Arbeits- und Konsumgenossenschaften.

— Fusion von Genossenschaften. Die Genossenschafter des Bezirks Reggio Emilia beschäftigen sich mit einem großartigen Projekt, das, wie die italienischen Genossenschaftsorgane melden, der Realisation nahe sein soll. Es handelt sich um die Verschmelzung der ca. 60 Genossenschaften verschiedener Art, die in der Gegend bestehen, in eine einzige Produktiv-, Arbeits- und Konsumgenossenschaft, die der Bevölkerung alles zum Leben Notwendige liefern und zum großen Teil in den eigenen Werkstätten herstellen würde. Da das Genossenschaftswesen in der Provinz Reggio Emilia sehr stark entwickelt ist, ist die Durchführung dieses großartigen Planes denkbar, und es darf diesem Versuche der Schaffung einer Bezirks-Konsum- und Produktivgenossenschaft mit Interesse entgegengesehen werden.

— Unione cooperativa in Mailand. Nach einer provisorischen Zusammenstellung erreicht der Umsatz dieses Konsumvereins während der ersten sechs Monate dieses Jahres die Summe von Fr. 4,478,334 gegenüber Fr. 3,601,907 im gleichen Zeitraume des Vorjahres. Von dieser Summe entfallen Fr. 2,781,606 auf das große Zentralwarenhaus in Via Meravigli.

— Zusammenbruch der Gemeindebäckerei in Catania. Um das Jahr 1902 wurde in Catania auf der Insel Sizilien auf die Initiative des sozialistischen Gemeindepräsidenten und Kammerabgeordneten de Felice eine Gemeindebäckerei gegründet, von der in den ersten Jahren Wunder der segensreichen Wirkungen erzählt wurden: Herabsetzung des Brotpreises um 12 Rp. per Kilo, d. h. um 30 %, Reduktion der Arbeitszeit von 12—16 Stunden auf 8 Stunden täglich, Erhöhung der Löhne von Fr. 2.40 im Tage auf 4—5 Fr., Verbesserung der Brotqualität und schließlich, trotz alledem, noch ansehnliche Ueberschüsse. Von Anfang an stand der Präsident der Mailänder Unione cooperativa der Sache skeptisch gegenüber und verfügte sich auch einmal, auf Einladung des Abgeordneten de Felice, nach Catania, um den Betrieb zu studieren, ohne zu einer andern Meinung gelangen zu können. Nun sind leider die Befürchtungen Buffolis Wahrheit geworden, der Zusammenbruch der Gemeindebäckerei erscheint unvermeidlich, dank der schlechten Verwaltung, der Begehrlichkeit und teilweise auch Unredlichkeit des beschäftigten Personals. Interessant ist dabei die Meldung, daß eine kurz nach der Gemeindebäckerei gegründete Genossenschaftsbäckerei bessere Resultate erziele.

Oesterreich-Ungarn.

Verbandstag der deutschen Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften in Oesterreich. Der Allgemeine Verband der auf Selbsthilfe beruhenden deutschen Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften in Oesterreich hält am 7., 8. und 9. September 1906 in Reichenberg seinen XXXIV. Verbandstag ab.

Unter den Traktanden ist als Diskussionsthema vorgesehen: Die Grundsätze bei der Mankovergütung in Konsumvereinen. Zu diesem Thema wird von der Anwaltschaft folgender Antrag vorgelegt:

„Es wird den Konsumvereinen dringend empfohlen, bei Ermittlung des durch Einwiegen, Einmessen, Austrocknen ꝛc. entstehenden Mankos nach gleichen Grundsätzen vorzugehen und hierbei folgendes Verfahren zu beobachten:

1. Ein Anspruch auf Mankovergütung besteht nur bei den nach Gewicht und Maß zu verkaufenden Waren.

Zählwaren jeder Art sind von der Mankovergütung auszuschließen und von den Wiege- und Meßwaren getrennt auf den Lagerkonten zu buchen.

2. Für die Wiegwaren ist der Lagerhalter nach festzustellendem Eingangs-Nettogewicht zu belasten; ebenso ist die Ware beim Verkauf netto zu wiegen.

3. Für alle Wiege- und Meßwaren ist ein nach Prozenten vom Umsatz festzustellendes Durchschnittsmanko zuzulassen.

4. Das zulässige Manko kann zwar nach den besonderen Verhältnissen der Vereine verschieden hoch sein, sollte jedoch in der Regel über 1 % des mankoberechtigten Warenausganges nicht hinausgehen;

5. Der Lagerhalter hat keinen Anspruch auf Auszahlung des die Höhe des Manko nicht erreichenden Betrages; auch soll ein erzielter Ueberschuß nicht auf ein späteres oder früheres Manko verrechnet werden; dagegen hat der Lagerhalter das über die festgesetzte Grenze hinausgehende Manko zu ersetzen.

6. Lagerhalter, welche die Mankogrenze wiederholt und erheblich überschreiten, sollen nicht im Dienst gelassen werden.

Verbandsnachrichten.

Die Verbandsdirektion hat in ihrer Sitzung vom 5. September beschlossen, als Mitglieder in den Verband aufzunehmen:

Konsumgenossenschaft in Flumenthal-Hubersdorf
in Flumenthal (Kt. Solothurn),
Genossenschaft, gegründet am 25. März 1906, 45 Mitglieder, eingetragen im Handelsregister am 31. Mai 1906, zugeteilt dem VIII. Kreise (Vorort Olten).

Konsumgenossenschaft von Kerns und Umgebung
(Kt. Unterwalden),
Genossenschaft, gegründet am 25. Februar 1906, 80 Mitglieder, eingetragen im Handelsregister am 7. März 1906, zugeteilt dem VIII. Kreis (Vorort Olten).

* * *

Genossenschaftliches Volksblatt. Die Verbandsvereine in Bätterkinden und Laufenburg haben beschlossen, das Genossenschaftliche Volksblatt für sämtliche Mitglieder zu abonnieren. Damit erreicht die Zahl der Kollektivabonnenten 96.

Einladung

zur

Kreiskonferenz des Kreises 7 des V.S.K.

auf

Sonntag den 23. September, vormittags präcis 10 Uhr, im „Löwen" in Waldenburg.

Traktanden:

1. Appell.
2. Protokoll.
3. Grossisten und Konsumvereine, resp. Entgegennahme des bezüglichen Berichtes seitens des Verbandes.
4. Die rechtliche Stellung der Kreiskonferenz.
5. Warenbericht.
6. Genossenschaftliches Bildungswesen.
7. Wahl des Ortes der nächsten Konferenz.
8. Verschiedenes.

Zu zahlreichem Besuche ladet ein

Der Vorstand.

ist an Qualität **unübertroffen,** garantiert reine und feinste

Reisstärke

(Reis-Amlung), die sich nach Belieben kalt oder warm (gekocht) verwenden lässt, und in allen gangbaren Verpackungen zu haben.

Inhalt von Nr. 35 der Wochenausgabe vom 7. Sept. 1906:

Konsumgenossenschaften und Rabattvereine. — Warum bin ich nicht Konsumgenossenschafter. — Die Ereignisse der Woche. — Volkswirtschaftliche Nachrichten. — Es geht nicht vom Fleck. — Feuilleton.

LA COOPÉRATION
JOURNAL POPULAIRE SUISSE
ORGANE OFFICIEL
DE L'UNION SUISSE DES SOCIÉTÉS DE CONSOMMATION ET DES COOPÉRATIVES DE CONSOMMATION DE LA SUISSE ROMANDE
Rédaction et Administration: Thiersteinerallee 14, Bâle • Abonnement Fr. 2.50 par an.

Inhalt von Nr. 18 vom Samstag den 8. Sept. 1906:

La ristourne. — Revue coopérative. — Une énormité. — Nouvelles de l'Union. — Nouvelles des coopératives. — Le prix du temps. — Les chemins de fer. — Variété. — Conseils pratiques. — Feuilleton.

Adressentafel empfehlenswerter Bezugsquellen.

Basler Bürsten- und Pinselfabrik Gebrüder Steib.
Leistungsfähigstes Etablissement für solide Handarbeit.
Gegründet 1850. Diplom und goldene Medaille.

Actien-Gesellschaft Bürstenfabrik Triengen:
Beste Bezugsquelle für
Bürstenwaren und Reisbesen.

Bieler Stahlspähnefabrik
H. Kleinert & Cie. in Biel
Aechte Stahlspähne -- Stahlwolle.

F. J. Burrus
Boncourt (Schweiz) — St. Kreuz (Elsaß)
Tabak-, Cigarren- und Cigaretten-Fabrik
Spezialitäten in türkischem Cigarettentabak.

Genossenschafts-Cigarrenfabrik Helvetia in Burg bei Menziken empfiehlt den tit. Konsumvereinen ihre Spezialmarken in Flora, Habana, Virgine, Brésil. Rio Grande flora fine, Noncoupes, Edelweiß. Großes Lager in Cigarren Deutscher Façon.

Schürch & Blohorn, Solothurn
Fabrik für **geschnittene Rauchtabake** in allen möglichen Sorten, hell, dunkel, Grob- und Reinschnitt, offen und in Paketen.
Einziges Etablissement der ganzen Schweiz für diese Spezialität.
Dampfbetrieb.

Schürch & Co. Burgdorf, Tabak-, Cigarren- u. Essenzfabrik
Hervorragende Spezialität: Burgdorfer Bouts, Flor de Cuba, Palma Manilla. Vorzügliche Sorten Tabak, offen und in Paketen.
Zucker- und Kaffee-Essenz anerkannt bester und haltbarster Qualität

Vautier Frères & Cie. à Grandson,
Manufacture de cigares, cigarrettes et tabacs.
Maison fondée en 1832.

Weber Söhne, Menziken, Tabak- und Cigarrenfabrik.
Vorzügliche Boutsspezialitäten, wie: Rio Grande, La Rosa, Habanero, Diamant. Geschnittene Tabake offen und in Paketen.
Verbreitetste Marke: National anaster.

C. Müller & Cie., Payerne.
Manufacture de cigares.
Spécialité: **Stella, Flora, Vevey courts.**

Cigarrenfabrik **Hediger & Cie. A.-G., Reinach** (Aargau).
Spezialmarken Habana, Brillant, Delicado, allgemein beliebte **Marke „Flora"** von vorzüglicher Qualität.
Cigarren deutscher Façon und mit Kielspitzen in allen Preislagen.

Chocolat FREY, Aarau
TORRONE
NOUVEAUTÉ EXQUISE

GRISON Chocolat — Cacao.
Beste Schweizer Milch-Chocolade,
Chs. Müller & Co., Chur. Reiner Hafer-Cacao, Marke Weisses Pferd.

Anglo-Suisse Biscuit Co., Winterthur.
Vorzüglichste Bezugsquelle aller Sorten Biscuits.
Großartige Einrichtung für engl. Biscuits.
Unübertroffene Qualitäten. Vorteilhafteste Preise.

Bonbons- und Biscuitfabrik Schnebli, Baden,
liefert:
feinste haltbare Bonbons und schmackhafte Biscuits.
Lieferanten des Verbands Schweizerischer Konsumvereine.

VELMA SUCHARD CHOCOLAT EXTRA
FONDANT
FEINSCHMELZDEN.

LENZ-BURGER
Confitüren & Gelées
Gemüseconserven
Compôtesfrüchte
Fruchtsyrupe
Feinste Qualität. Billige Preise.
Conservenfabrik LENZBURG V. HENCKELL & ROTH.

M. Herz, Präservenfabrik, Lachen a. Zürichsee.
Nervin Speisewürze, Haferflocken, Kinderhafermehl, Hafergrützen, **Tapioca du Brésil,** Suppeneinlagen, Erbsmehl, Julienne, Schneidebohnen, Fleischbrühesuppenrollen, Erbswurst.

Conservenfabrik Seethal, A.-G., Seon (Aargau).
Feinste Confituren.
Gelées, Sirupe, eingemachte Früchte, Ia. Erbsen- u. Bohnen-Conserven. Cornichons, Früchte im Essig, Tomatenpurée, Sauerkraut, Sauerrüben,
— Anerkannt beste Qualitäten. —
Billigste Preise.

MAGGI's Suppen-Würze
Bouillon-Kapseln
Suppen-Rollen
mit dem Kreuzstern
Fabrik von MAGGI's Nahrungsmitteln Kempttal.

Nahrungsmittelfabriken C. H. Knorr, A.-G., St. Margrethen (Ktn. St. Gallen). — Spezialitäten: Haferpräparate, Suppenmehle, getrocknete Suppenkräuter (Julienne), Schneidebohnen, sowie sämtliche übrigen Gemüsesorten. — Suppentafeln. — Erbswurst.

GALACTINA **Schweiz. Kindermehl-Fabrik Bern.**
Kindermehl enthält beste Alpenmilch. Vollkommene, ärztlich empfohlene Kindernahrung. 23jährig. Erfolg. 13 Grands Prix. 22 gold. Medaillen.

Dr. A. Oetker, Bielefeld.
Dr. Oetkers Backpulver, Puddingpulver, Vanillinzucker } à 15 Cts. Detailverkaufspreis.
Zu beziehen durch den
Verband schweizer. Konsumvereine, Basel.
Generalvertreter: **Albert Blum & Cie., Basel.**

Palmin feinste Pflanzenbutter — **H. Schlinck & Cie.** Mannheim

Erste Zürcher Dampf-Butter-Fabrik u. Buttersiederei M. Vogel.
Süße und gesottene Margarine, wie Koch- und Speisefett. Lieferant des Verbands schweiz. Konsumvereine.

Cocusnuß-Butter
Schenker & Snanz, Zürich. Alleinige Produzenten des „Palmeol"! Bestes Schweizer-Fabrikat! Vorteilhafteste Bezugsquelle! Warnung vor minderwertigen Nachahmungen.

Végétaline feinste Cocosbutter — ROCCA TASSY et de ROUI Marseille.

Cellulose- & Papierfabrik Balsthal.
Verkaufsbüreau: Bareiß, Wieland & Co., Zürich. — Spezialitäten-Balsthaler Pergament u. Packpapiere für Lebens- u. Genußmittel Balsthaler Geschäfts- und Aktencouverts. — Closetpapiere.

Papierwarenfabrik J. Steffen Söhne, Wolhusen.
Lieferung u. Fabrikation in allen Papiersäcken. Handarbeit. Papier- und Gummikragen Ia zu äußersten Preisen. Eigene Buchdruckerei und Buchbinderei. Einwickelpapier in allen Größen und Qualitäten

Walz & Cie., Basel
Stearinkerzen- und Seifenfabrik.
Spezialität: Basilisk-Seife.
Nierenfett Marke

Chem. Industrie A.-G. Luzern.
empfiehlt ihr vorzüglichstes Terpentin-Salmiak-Seifenpulver „Marguerite", sowie ihre sämtlichen Wasch-, Glätte- und Putzpräparate.

Hoffmann's Stärkefabriken, Salzuflen (Lippe).
Aktiengesellschaft.
Marke „Katze", Marke „Schwan", garantiert reinste Reisamlung.
Hoffmann's Crèmestärke, Hoffmann's Silberglanzstärke.

Adressentafel empfehlenswerter Bezugsquellen.

„Dr. **Links Fettlaugen-Mehl**"
bewährt als bestes, im Gebrauche billigstes Waschmittel.
Zu beziehen durch den
Verband schweizer. Konsumvereine.

Das beste und billigste Waschmittel!
„LESSIVE PHENIX" von **Redard & Cie.** in **Morges**
ist vorzüglich zum waschen.

Remy's Stärkefabriken in **Wygmael, Heerdt, Gaillon & Hernani:** tägliche Produktion 80,000 Kilos.
Marken **„Löwenkopf"** und „Edelweiß". Amidon Royal.
Garantiert reinste Reisstärke.

Seifenfabriken von Friedrich Steinfels, A.-G.,
in Zürich.
Haushaltungs-, Toiletteseifen und Parfumerien aller Art.

Sträuli & Co., Winterthur,
Seifen-, Soda- und Stearinkerzen-Fabrik.
Alleinfabrikanten von
„Sträuli's Gemahlener Seife".

Carl Schuler & Cie., Kreuzlingen und **Tägerweilen,**
Fabrikation v. Seifen, Soda u. chem.-techn. Produkte.
Spezialitäten: Schulers Salmiak-Terpentin-Waschpulver. — Schulers Goldseife, Savon d'or, — Schulers Bleichschmierseife.

Ernst Herrmann & Co., Aster. Waschpulver „Schneewittchen", Seifen-Extrakt f. Wolle u. Seide, Unikulin, Metallputzmittel, Cito beste Bodenwichse, waschbar u. flüssig, Boden-Crême Ersatz f. Bodenöl, Brillant Glanzfett Unika, Schmierseife, Soda.

Solothurner Teigwaren

der Fabrik **A. Alter-Balsiger** in **Solothurn** anerkannt unübertroffenes Fabrikat in sämtlichen Qualitäten.

Egloff & Cie., Teigwarenfabrik in Rorschach
empfehlen ihre Griesteigwaren in prima, supérieure und feiner Eierqualität.
Anerkannt sorgfältige Fabrikation.

Eierteigwaren

der **Teigwarenfabrik A.-G., Luzern,**
sind nahrhafter als Fleisch.

GEBR. WEILENMANN A.G. VELTHEIM-WINTERTHUR
TEIGWARENFABRIKEN in Veltheim & Rykon

A. Rebsamen & Cie., Richtersweil.
Beste Bezugsquelle für Teigwaren aus Hartweizengries.
Spezialität: Eierteigwaren, Paniermehl.

J. In-Albon-Lorenz,
Weinessig- und Weinsenf-Fabrik.
Lieferant des Tit. Verband schweizerischer Konsumvereine.
Für absolute Reinheit der Produkte biete volle Garantie.

A. Sutter, vorm. Sutter-Krauß & Cie., **Oberhofen,** Thurgau.
Essigsprit und Weinessig,
ausschließlich durch Gährung aus Alkohol oder Naturwein erzeugt.

Babel & Cie. Genf.
Schnellglanzwichse. — Russisches Lederfett. — Crême für Schuhwerk. Bodenwichse.

Luchsinger & Cie., Basel,
Bodenwichse, „Elephant", gelb und weiß, beste Qualität. Siral, ausgezeichnete Schnellglanzwichse der Neuzeit und zugleich Schuhcrême. Venus, die beste schweiz. Putzpomade für alle Metalle. Lederfett, gelb und schwarz, feinste Qualität. Zu beziehen durch den
Verband schweiz. Konsumvereine.

Schuhfabrik Brittnau (Aargau), **A.-G.**
von den namhaftesten Konsumvereinen der Schweiz bestens empfohlen.
Elegante, preiswürdige und sehr solide Schuhwaren.

Carl Boßhard & Co., Remismühle. Waschart. u. chem. Produkte.
Spez.: Waschp. „Rapide" u. „Norma", Chem. Seife „Ast" z. Kaltw. v. Kleidern ꝛc., Bodenwichse, Thranlederfett „Delphin", Fußbodenglanz „Modern", Chlorkalk herm. verp., Hochglanzfett „Simplon"

Buchdruckerei des Schweiz. Typographenbundes, Basel,
Aeschenvorst. 34, Mitglied d. Schweiz. Genossenschaftsbundes, empfiehlt sich zur Herstellung aller Druckarbeiten. Spezialität: Einkaufsbüchlein für Konsumvereine. — Prompte Bedienung. Billige Preise.

Bester Kaffeezusatz
FRANCK
Heinr. Franck Söhne,
= Basel =
Schutzmarke: **Kaffeemühle**

CICHORIEN, KAFFEE-ESSENZ SENF
ANERKANNT ERSTKLASSIGE PRODUKTE
HELVETIA LANGENTHAL
FABRIK-MARKE

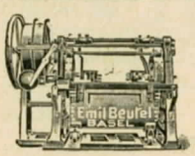
Schweizerische
Verbandstoff-Fabrik
H. Russenberger, **Genf.**
Liefert Konsum-Vereinen:
Billige **Watten** und Binden.

A. Sutter, vorm. Sutter-Krauß & Cie., **Oberhofen,** Thurgau. Schnellglanzwichse, Lederfett, Lederappretur, Brillantine-Wichse; überhaupt sämtl. z. Conservierung d. Leders (sowohl schwarz wie farbig) u. Glanzerzeugung a. demselben dienenden Präparate. Neu und sehr billig: Ras, ein wasserbeständiges Hochglanzfett in schwarz und gelb.

F. Tanner & Cie., Frauenfeld, Tannerin, Wagenfett, Lederfett, Lederappretur, Thürlistreiche, Bodenwichse, Schnellglanzwichse, Cid-Ledercrême, Huffett, Zweigwachs, Stickerwachs, Schwefelschnitten Süßbrand, Bodenöl, Bodenlack, Metzgerharz ꝛc.

H. Vogt-Gut, Metallwarenfabrik, Arbon.
Eiserne Transportfässer, Petrolanlagen für Verkaufslokale, Transportkannen für Café, Thee ꝛc., Reservoir in allen Größen, Acetylengas-Anlagen nach bewährten Systemen.

Werner & Pfleiderer, Cannstatt (Württemberg).
Cannstatter Misch- und Knetmaschinen-Fabrik, Cannstatter Dampf-Backofen-Fabrik. — Spezialität: Einrichtung kompl. Bäckereien, Teigwaren- und Biscuit-Fabriken.



Bertram Teigknetmaschine
bestes System.
Emil Beutel, Basel.
Complette Bäckerei-Einrichtungen.

Hans Zumstein, vormals **Aug. Karlen, Wimmis.**
Zündwarenfabrik gegründet 1840. Spezialität: Ueberall entzündbare Brillant Zündhölzer bester Qualität, sehr haltbar, in soliden Cartonschachteln. Vorzügliche Sicherheitszündhölzer.

Fabrik Kanderbrück, Station Frutigen.
Brillant-„Kronen"-Zündhölzer. Erstes und bestes Fabrikat Schiefertafeln für Schulen etc. Wandtafeln.

Schweizerische Korbwarenfabrik M. Ehrensperger & Cie. in Zürich.
Beste Bezugsquelle für Korbwaren, sowie Holzwarenartikel für Küche und Haushaltung.

Das Sekretariat des Verbands schweiz. Konsumvereine
empfiehlt sich zur Lieferung
genossenschaftlicher Literatur
jeder Art.

Verantwortlich für die Herausgabe: Dr. Hans Müller, für den Druck: G. Krebs, beide in Basel.